



Perfil del Visitante al Festival Internacional del Globo 2011

Noviembre 2011

¿Qué es el Estudio del Perfil del Visitante a Eventos realizado en Guanajuato?

Es una investigación de mercado que a través de una muestra representativa de la población en estudio, suministra información acerca de:



Que será de gran utilidad para:

La definición de estrategias que se traduzcan en una mayor Atracción de visitantes a los Eventos que se organizan en el Estado de Guanajuato y que generan impacto social y económico en el destino.

Los resultados que se generan en este estudio sirven de base para conocer los hábitos del viajero que visita el Estado de Guanajuato, más no reflejan el comportamiento de los indicadores macroeconómicos que se viven en el país.



Contenido



- Metodología
- Objetivos
- Perfil del visitante
- Asistencia al Festival Internacional del Globo 2011
- Diferencias con la edición anterior
- Razón de visita
- Evaluación de Festival Internacional del Globo 2011
- Medios de comunicación
- Distribución por tipos de hospedaje
- Medio de Transporte Utilizado
- Movilidad del Visitante
- Experiencia de viaje
- Visitante Promedio Festival Internacional del Globo 2011
- Indicadores de la Actividad Turística

Metodología

Tipo de investigación	• Concluyente
Universo	• Visitantes al Festival Internacional del Globo 2011
Sistema de selección	• Aleatorio
Instrumento de recolección	• Cuestionario estructurado
Levantamiento	• Cara a cara
Muestra	• 300 encuestas
Nivel de confianza y error	• 94% de confianza, + 5% error
Fecha de Levantamiento	• Del 18 al 21 de noviembre de 2011. Este estudio fue realizado por una agencia de investigación de mercados contratada por la Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato. La empresa codifica, captura y elabora el reporte de resultados.

Objetivos



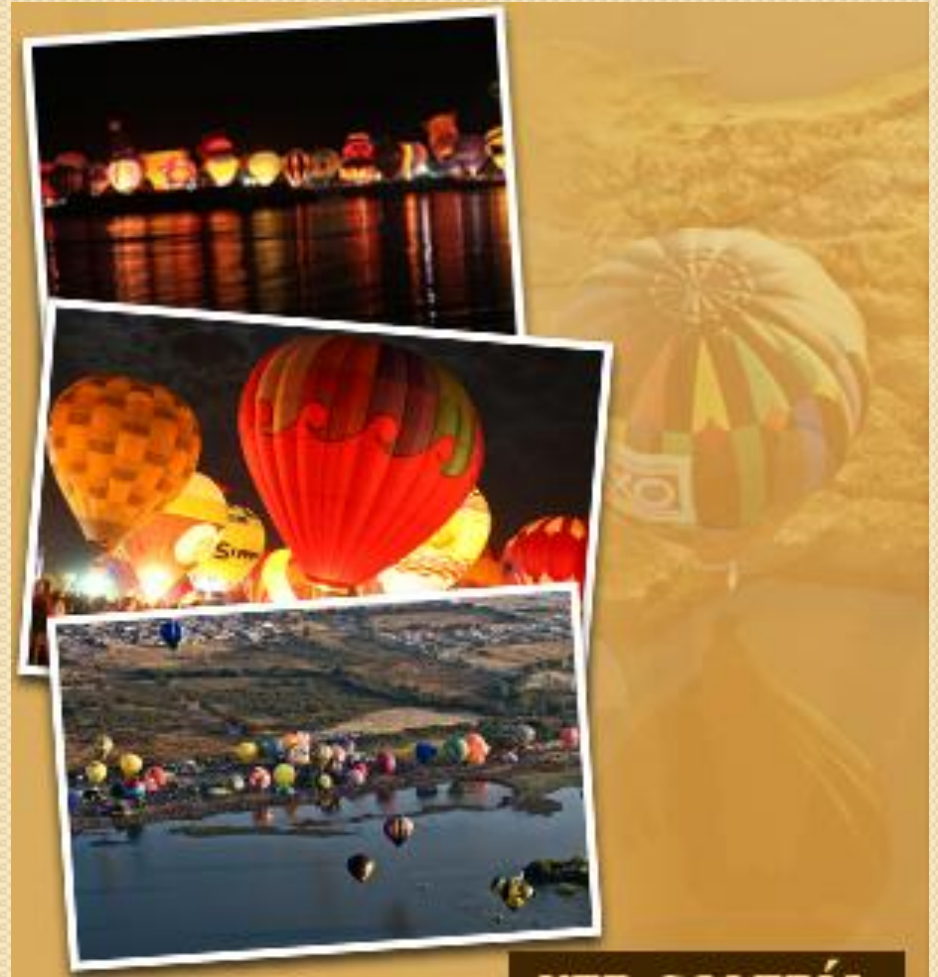
OBJETIVO GENERAL

Conocer el perfil del visitante al evento para generar y sistematizar información tanto cuantitativa como cualitativa que permita conocer adecuadamente y, en su caso, formular estrategias adecuadas de intervención en el ámbito turístico.

OBJETIVOS PARTICULARES

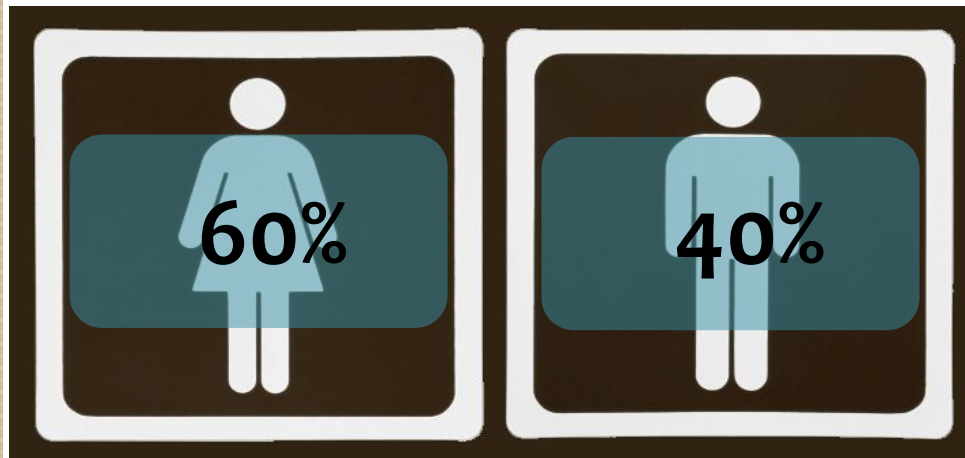
- ❁ Conocer el perfil del visitante.
- ❁ Conocer las variables de clasificación del visitante, perfil sociodemográfico (edad, sexo, ocupación, ingreso, escolaridad y procedencia) y su perfil psicográfico (planeación de viaje, motivo de visita, gasto planeado, movilidad del visitante, gasto del visitante, experiencia de viaje e índice de satisfacción).
- ❁ Conocer el grado de satisfacción del visitante.
- ❁ Detectar áreas de oportunidad para elaborar estrategias de desarrollo y apoyo al evento.
- ❁ Conocer el impacto que tiene la publicidad (TV, espectaculares, radio, medios impresos, etc.), para visitar el evento.
- ❁ Conocer cuál es el gasto de los visitantes al evento dependiendo de su motivo de viaje y tipo de hospedaje.
- ❁ Analizar el comportamiento del visitante al evento

Perfil del Visitante



Sexo y Edad del Visitante

GÉNERO DEL VISITANTE



EDAD PROMEDIO DEL VISITANTE

36 años



El Festival Internacional del Globo fue visitado por personas de ambos géneros y de diversas edades, sin embargo, poco más de la mitad de las de los visitantes fueron mujeres (60%); la edad promedio del visitante fue de 36 años.

Lugar de origen



ESTADOS

D.F./Edo. México	28%
Jalisco	16%
Michoacán	15%
Querétaro	12%
San Luis Potosí	11%



CIUDADES

Irapuato	23%
Celaya	21%
Salamanca	10%
Silao	8%
Guanajuato	7%

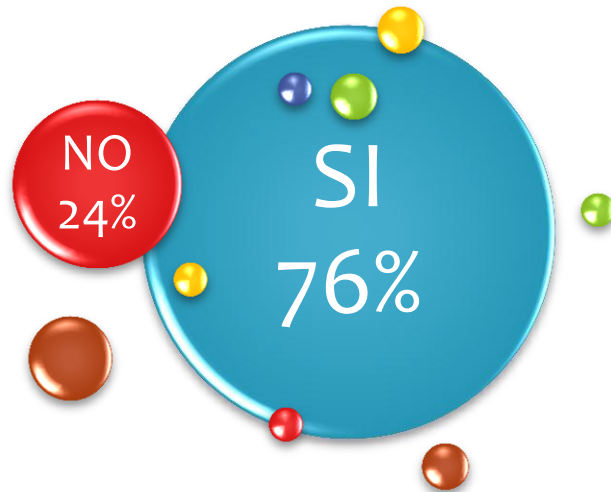


Origen



Asistencia al Evento

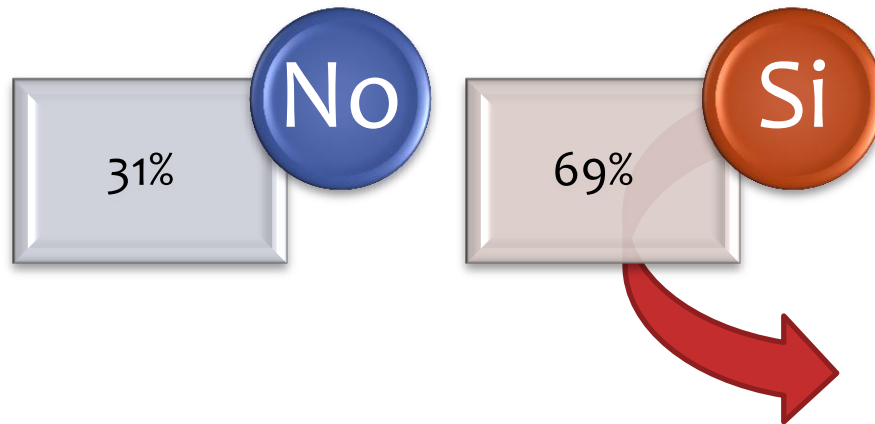
¿Es la primera vez que visita este evento?



Las personas que ya habían
visitado el Festival
anteriormente,
mencionaron que lo han
hecho en promedio
2.5 Veces

Diferencias del Evento

¿Hay algo nuevo o diferente que haya notado en esta edición del evento con comparación con las ediciones pasadas?



Mejor organización

26%

Más espectáculos,
exposiciones

16%

Puestos de comida

14%

Más globos

12%

-Más cosas para ver
-No hay agua en la
presa

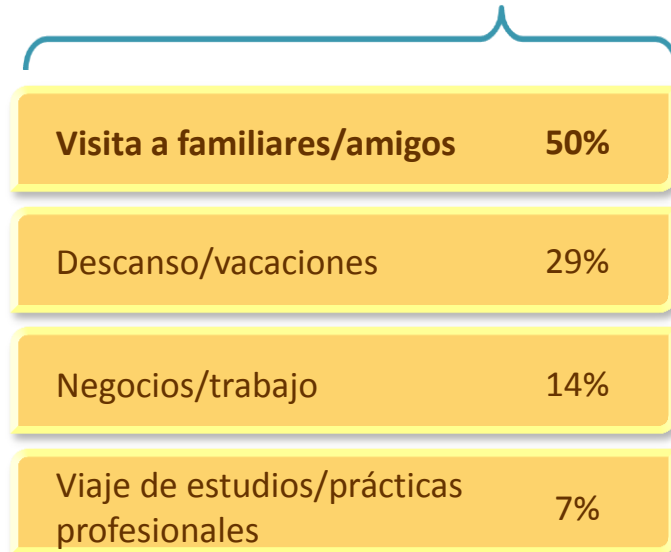
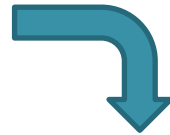
8%

Razón de visita

¿El Festival es la principal razón de visita a la ciudad?

SI 95%

NO 5%



Más gustó

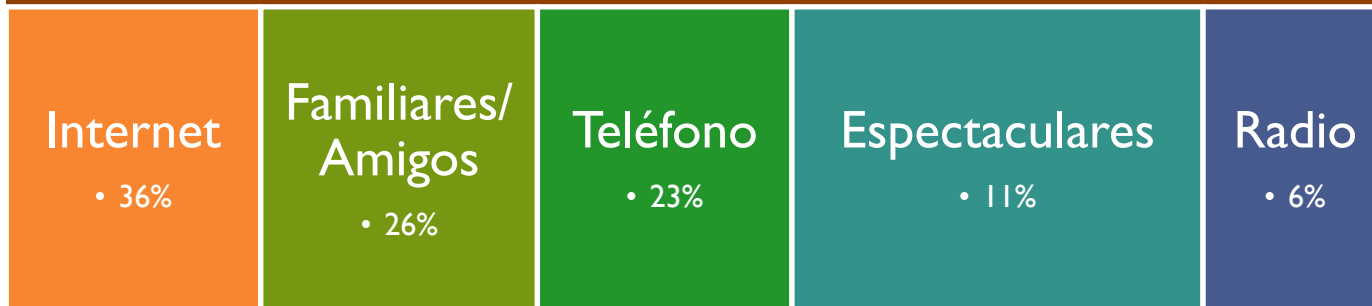
- Los globos 63%
- El despegue de los globos 10%
- Todo 6%
- Los animales 3%
- La organización/exposiciones 2%

Menos gustó

- Todo bien 50%
- Los baños 10%
- Caminar tanto 4%
- Falta información 4%
- Hay basura, faltan botes 3%



¿De qué manera se enteró del evento?



El 75% de los encuestados afirmó que este medio de comunicación influyó MUCHO en ellos para que decidieran asistir al evento



Distribución por tipo de Hospedaje



Excursionista: Se refiere al visitante que no pernocta en el destino.
(Persona que permanece menos de 24 horas en el lugar de visita)
Fuente: OMT (Organización Mundial de Turismo)

Medio de Transporte Utilizado

68%



29%

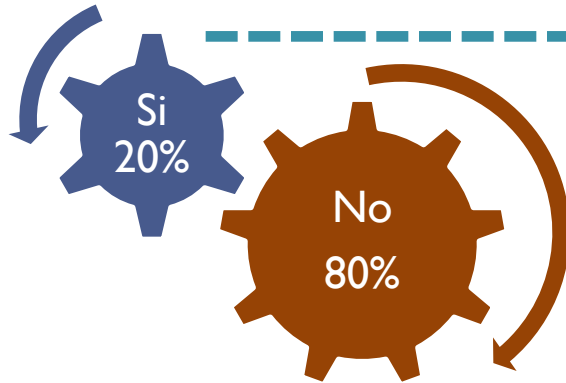


3%



Movilidad del visitante

¿Dígame si visitó o visitará otras ciudades o destinos en su viaje?

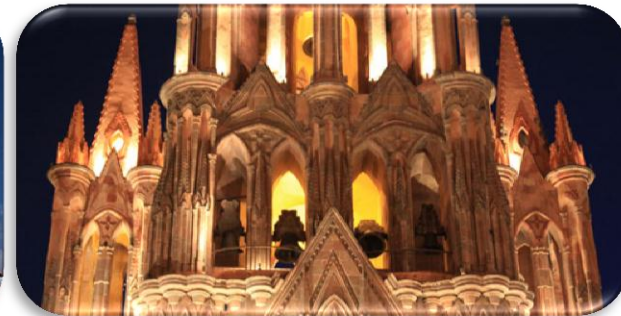


CIUDADES QUE VISITÓ

Guanajuato	33%
Silao	11%
San Miguel de A.	7%

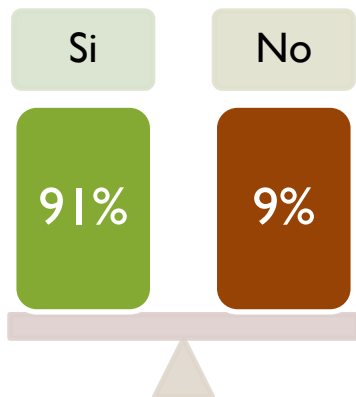
CIUDADES QUE VISITARÁ

Guanajuato	38%
Silao	11%
Irapuato	11%
Querétaro	7%
San Miguel de A.	5%



Experiencia de Viaje

¿Consideraría regresar al evento el próximo año?



Las principales razones por las cuales regresaría a la próxima edición fueron porque les gustó el evento, para ver los globos y porque consideran que no es un evento común.

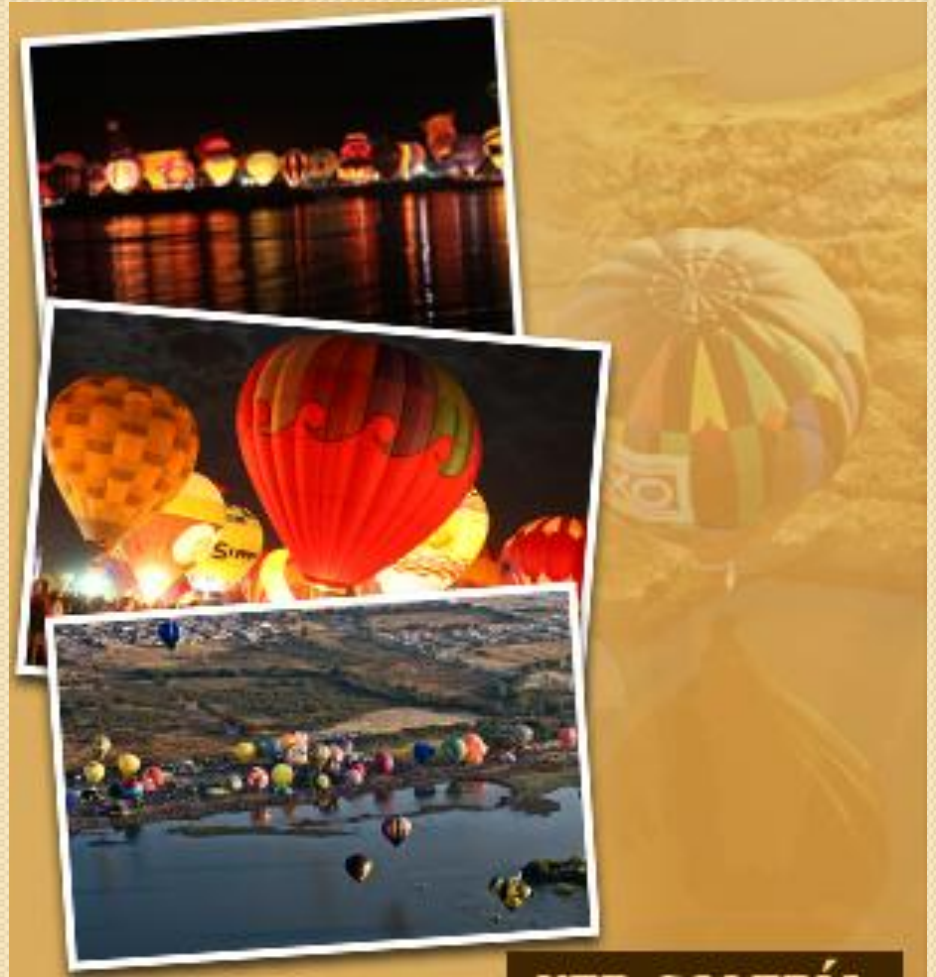


Perfil del visitante promedio al FIG 2011



Rubros	2011
Género	Mujer
Edad	36 años
Nivel académico	Universidad
Ocupación	Empleada de empresa privada
Ingreso familiar	\$7,100 a \$12,199 (D+)
Origen	D.F. / Estado de México
Medio por el que se enteró del evento	Internet
Acompañantes	Familia
Medio de transporte	Automóvil
Tipo de hospedaje	Familiares/amigos
Estadía	2.10
Gasto	\$509
Lo que más gustó	Globos y despegue
Lo que menos gustó	Baños y caminar tanto
Evaluación del festival	8.3
Valor de la experiencia	Valió lo que gastó

Indicadores de la Actividad Turística 2011



- En 2011 durante los días del evento la ciudad de León recibió la llegada de 19 mil turistas, lo que representa un incremento del 22% en comparación con 2010.
- El porcentaje de ocupación fue de 86%, es decir 26% más que el año pasado.
- Las categorías 4 y 5 estrellas presentaron una ocupación de 90% y 100% respectivamente.

Indicadores de la Actividad Turística en Hoteles 1 a 5 estrellas León			
Indicador	19-22 de noviembre	18-21 de noviembre	Variación
	2010	2011	
Llegada de turistas	15,581	19,000	22%
Turistas noche	21,190	24,959	18%
Porcentaje de ocupación	69%	86%	26%
Estadía	1.36	1.31	-3.40%

Fuente: Sedetur-Datatur

Se consideran las noches del 19 al 21 de nov de 2010 y del 18 al 20 de nov de 2011

Visitantes y derrama económica

Estimación de los visitantes al Festival Internacional del Globo 2011 18-21 de noviembre León

Rubro	Total en Personas	Estadía	Turistas noche+ Excursionistas	Gasto Diario Promedio	Derrama Económica	Porcentaje
Turistas 1 a 5 *	19,000	1.31	24,959	\$1,011.52	\$25,246,718	13.7%
Familiares / amigos	43,845	2.10	92,075	\$509.32	\$46,895,468	25.5%
Departamento / Casa propia	1,906	3.50	6,672	\$331.24	\$2,210,059	1.2%
Campamentos	27,359	2.20	60,191	\$642.72	\$38,685,653	21.0%
Excursionistas	97,848		97,848	\$727.54	\$71,188,042	38.6%
Total Visitantes	189,958		281,744	\$653.88	\$184,225,939	100%

Fuente: Sedetur, Datatur, Estudio del Perfil del Visitante al FIG 2010 -2011

Visitantes y derrama económica

Visitantes y Derrama Económica Estimada León - Festival del Globo 2011

Categoría	Total en personas	Derrama Económica
Turistas en Hotel 1 a 5*	19,000	\$25,246,718
Turistas en otros establecimientos no comerciales	45,751	\$49,105,526
Otros (Campamentos)	27,359	\$38,685,653
Excursionistas	97,848	\$71,188,042
Totales	189,958	\$184,225,939

Fuente: Sectur, Estudio del Perfil del Visitante al FIG 2010, 2011, Sedetur Se consideran las noches del 18 al 20 de nov.

Turistas en establecimientos no comerciales incluye las categorías: Casa propia y Familiares y amigos.

La derrama económica generada por los **189 mil 958 Visitantes** Foráneos (turistas y excursionistas) al FIG 2011 se calcula superior a los **\$184 millones 225 mil pesos**

Resultados Visitantes y Derrama Económica Estimada León - Festival del Globo

Indicador	2010	2011	Variación
Visitantes	155,812	189,958	22%
Derrama económica estimada	\$175,319,763	\$184,225,939	5%

Fuente: Sedetur-Datatur, Estudio del Perfil FIG 2010 - 2011

Para mayor información:

Contacto

- Lic. Roberto W. Cárdenas Hernández,
-Director General de Planeación.
rcardenas@guanajuato.gob.mx
- Lic. Claudia Avalos Betancourt,
-Directora de Información y Análisis.
cavalosb@guanajuato.gob.mx
- Lic. Irazema Álvarez Pérez,
-Jefe de Estadística e Información.
ialvarezp@guanajuato.gob.mx
- Lic. Adriana Jardon Salazar,
-Jefe de Investigación y Análisis de Mercado.
ajardon@guanajuato.gob.mx



Dirección

Blvd. Vasco de Quiroga # 101, Torre Nissan 8º piso
Col. Los Gavilanes, C.P. 37120, León, Guanajuato
Tel. (477) 10 41 4 00



